工商管理0106班 13号 阮云胜

实习地点:1:台州开元大酒店(驻地实习)

2:浙江瑞鹏汽车电器有限公司(走访实习)

实习目的:通过进厂实地实习,了解企业生产经营组织过程,企业的组织结构,加强管理理论与实践的结合.

实习时间:2004-6-20----2004-8-20

1. 企业介绍

1. 浙江瑞鹏汽车电器有限公司

浙江瑞鹏汽车电器有限公司是一家以专业生产汽车雨刮器总成、暖风电机总成、鼓风电机总成、风扇电机总成、玻璃升降器总成、暖风水箱、喇叭等产品为主的股份合作制企业。公司先后通过了ISO9002、QS9000&VDA6.1国际质量体系认证。

公司创建于1997年，位于中国汽摩配之都--浙江省瑞安市，并于2002年在吉林成立吉林瑞鹏汽车电器有限公司，形成以汽车暖风机总成为主产品的生产基地。公司总占地面积4897m2，建筑面积9800m2，现有职员400余人，其中大专以上学历100人，技术人员150人，高中级技术职称40人，产值达8000余万元，集产品开发、试制、生产和销售为一体。

公司主要产品能满足重型、轻型、微型卡车以及各类轿车的需求，不仅定点配套销往一汽集团、重汽集团、天津一汽、一汽吉轻、陕西重汽、沈阳金杯华晨、南京长安公司、一汽红塔等20多家企业，同时，公司生产的直流电机、玻璃升降器电机、按摩器电机、日用电机、柴油输油电机及电动门升降机等产品畅销全国各地，并出口欧美、澳大利亚、东南亚、中东等20余个国家，公司拥有进出口自主经营权。

经过多年的发展，公司已形成了自己的市场优势、技术优势、人才优势和地理优势。为了在激烈的市场竞争中立于不败之地，公司不断完善创新机制，构筑人才平台，建立和谐的客户关系以及提高产品质量和做好全方位的服务，使公司在新产品的研制和市场开发等方面处于国内同行业领先地位。公司以优惠的价格、可靠的质量，高度的信誉获得国内外客户的一致好评与青睐。2001年，公司被一汽联合销售集体列为“首届理事会单位”。2002年，被中国汽车零部件联合销售集团评为“名优产品生产企业”。被全国汽车零部件双百推展委员会列入“全国双百汽车零部件推展品牌企业”。2003年，被瑞安市命名为“中国汽摩配之都功勋企业”。

回顾过去，创业维艰，展望未来，任重道远。“为各类汽车生产优良品质的配件，以真诚的服务赢得用户的满意”是瑞鹏的经营理念。瑞鹏人愿与国内外朋友携手并进，共创辉煌！

2.台州开元大酒店

台州开元大酒店是开元旅业集团踌地区连锁发展的第七家酒店,酒店地处台州经济开发区中心,位于台州市东环大道458号,毗邻台州市政府,距离黄岩机杨10公里,距离甬台温高速公路黄岩出口20公里,交通便利,酒店部投资2.2亿元.按四星级标准设计建造.2002年5月,台州开元大酒店建成并开始试营业,酒店占地24亩,建筑面积4万余平方米,楼高9层,共拥有各类豪华客房372套,大小餐厅7个,可容纳1000余人同时就餐,康体娱乐设施齐全,包括大剧场,KTV包厢,棋牌室,健身房,桑拿中心等数十个娱乐项目,拥有不同规模的会议室11个,多功能配备八声道同声传译,酒店目前为台州市档次最高,规模最大,设施最齐全的旅游涉外饭店之一,酒店所在地区集江.海,山于一体,无论商务会议,旅游观光,休闲度假均能令宾客倍感尊荣与舒适.

酒店管理实行部经理负责制,酒店总经理对酒店整体的经营管理活动统一领导,全面负责,酒店的重大方针,政策由总经理提交店务会议讨论决定,报集团公司批准后实施,酒店设总经理,副总经理以及各部门经理,经理助理,领班组成酒店的管理层,酒店下设10个部门,分别为人力资源部,财务部,安全部,工程部,客房部,前厅部,康乐部,餐饮部,公关部,销售部. 台州开元大酒店在开元旅业集团的间接领导下,本着以服务为基础,以人本为宗旨,以品牌为核心,以连锁为模式,以市场为先导,以学习为动力,以绿色为形象,以文化为风骨的经营观念,依托集团公司的综合管理和投资平台,以饭店业为主导产业,塑造强势品牌,实施连锁化经营,积极发展房地产产业,形成具有竞争力的房地产业特色,导入导入和孵化相关产业,强化产业结合优势构建产业联动发展体系,力争在未来5年内,构建高效运行的综合管理和投融资平台,拥有15家以上的饭店的国内一流的饭店管理公司和省内最具特色和长性的房地产公司,形成总销售收入超过20亿的全国性企业集团.

台州开元大酒店在开元旅业集团的间接领导下,本着以服务为基础,以人本为宗旨,以品牌为核心,以连锁为模式,以市场为先导,以学习为动力,以绿色为形象,以文化为风骨的经营观念,依托集团公司的综合管理和投资平台,以饭店业为主导产业,塑造强势品牌,实施连锁化经营,积极发展房地产产业,形成具有竞争力的房地产业特色,导入导入和孵化相关产业,强化产业结合优势构建产业联动发展体系,力争在未来5年内,构建高效运行的综合管理和投融资平台,拥有15家以上的饭店的国内一流的饭店管理公司和省内最具特色和长性的房地产公司,形成总销售收入超过20亿的全国性企业集团.

二.简要分析

改革开放以来,深圳,珠海等经济开发以及浙江等沿海省份经济得到迅速发展,人均收入一直在全国遥遥领先的广东省2002,2003年两年来连续被浙江省所赶超,浙江经济发展为国人所瞩目,甚至有报道称,漫步温州市区街头,每5分钟你可以见到一部奔驰或宝马通过,台州市位于浙江省沿海中部,北接宁波,绍兴,西南连温州,西邻金华,丽水,东南濒东海,交通便利发达,为浙江省少数几个经济最发达的地区之一.台州开元酒店就座落在台州经济新开发区,这里四周高楼,别墅林立,厂房星罗棋布,道路四通八达.不管是从经济上考虑,还是从地理位置上考察,在此建设经营大型星级酒店都不失为良好的选择,这里的餐饮业较内地更为发达,与内地城市相比,其客源不仅来自世界各地的商人,旅游观光者,而且其本地的客人也占了相当大的比例,这与其当地人民的生活收入水平是密切相关的,当地遍处甚至各家各户都办有加工厂,大到几百人,小到三五人,即使是普通农民,也可以出售田地使用权于投资者而收入菲薄,像这样的本地客户几乎都是常客,有的甚至携带全家长住酒店.这种优势是内地城市的酒店无可比拟的.

三.实习体会

1.绿色酒店:

崇尚自然，保护环境，已经越来越受到人们的关注。而随着我国对环保工作的?厥樱喽街捶Χ鹊募哟螅缁峄肪骋馐兜奶岣撸褐诓斡牖繁９ぷ鞯娜惹橐苍嚼丛礁撸肪潮；ひ咽且悸躺押头竦囊恢止适鄙泻统绷鳌７沟暌底魑桓龊挠么罅孔试吹男幸担写绰袒疃唇?绿色饭店"就成了可持续发展的必然选择。而创绿活动对饭店自身来说，在以成本控制为核心的基础上，能使管理水准有了一个新的提高，经营理念有了质的飞跃，同时提高酒店的公众形象和知名度，标志着饭店的档次和品位。

虽然有部分饭店是以接待商务、会议等客人为主，对旅游业的依赖并不十分明显，但总的来说，饭店业的发展是离不开旅游业的发展的，而旅游业的发展离不开环境的保护，同时饭店业也为旅游业提供支撑。饭店对旅游业的支撑作用表现在两个方面：一是饭店为旅游业提供了必要的基础设施，满足旅游者住宿、餐饮等的基本需要；二是为旅游业的发展而维持和改进环境质量，满足旅游者观赏、休闲、娱乐的需要。从目前的发展看，饭店业对旅游业的支撑在第一个层面上表现得比较明显，而在第二个层面的支撑上则不够有力，有许多饭店不但没有起支撑作用，反而由于建设和经营造成景区环境污染，使景区风景质量骤降。而环境的破坏，最终也是对破坏饭店业自身的破坏！ 所以，我们呼唤保护环境，不仅是呼唤意识的觉醒，更是呼唤坚实的行动。

2.服务质量

对于酒店等服务行业来讲,服务质量无疑是企业的核心竞争力之一,是企业的生命线.高水平的服务质量不仅能够为顾客留下深刻的印象,为其再次光临打下基础.而且能够使顾客倍感尊荣,为企业树立良好的品牌和形象.在开元我们看到,酒店领导十分重视服务质量的提高,即使对于我们短期实习生,也必须经过严格的礼仪培训后才能上岗.对老员工进行跟踪培训和指导,不断提高和改善他们的业务素质和水平.部门经理和主管经常对我们说:”你的一举一动都代表了我们开元,你的形象就是我们开元的形象”.”客人永远不会错,错的只会是我们.”.”只有真诚的服务,才会换来客人的微笑.”

3.酒店文化

饭店里无所不在的是服务文化、礼仪文化、地域文化、饮食文化、解困文化等等，在饭店里所有的工作人员都是主人，所有的宾客来到饭店都会对饭店和饭店人产生或多或少的依赖，除了在接受服务的过程中接收文化或知识，他们还在遇到困难时向饭店人寻求帮助。因此，我们可以说，饭店是一个到处充斥着文化和知识的场所。于是，在这里工作的人们必须更有知识、文化和涵养。宾客在品尝一道菜式，而耳边是服务员小姐用甜美的声音介绍有关菜式的知识，包括起源、流传、特色、新意等等，不仅更增添了品菜的乐趣，也让客人接收到一些新的知识和信息，让他们从另一个层面上觉得不虚此行。

在饭店的任何一个角落都是彬彬有礼的服务人员，规范的操作、职业的微笑、谦恭的神态，让客人无时无刻不受着礼仪文化的熏陶。处于社会中的个人永远都在受着周边人的影响，所谓人以群分，礼仪文化不仅使饭店人素质提高，也在有益地影响着客人，提升着整个社会的素质与涵养。新到一处，客人落脚饭店，总是迫不及待地想要多了解当地的地域文化、风土人情、景观特色。饭店人对此都应非常熟悉，饭店只是一个单体的建筑，只有在地域的大背景下，他才有了厚重的底蕴，有了文化的背景。对于外地客人而言，他们来到这里或者为了这个地方的景观特色，或者为了商务办公，基本上不会冲着一个单独的住宿环境而来。因此饭店需要有一种功能，能够凭借地主的身份为客人提供尽可能多的方便。比如介绍当地的旅游资源，比如在当地进行商务办公的路径指点。这样，饭店才真正成为地方与外界沟通的一扇窗。还有一种称之为“解困文化”，也就是帮助客人解决难题的知识提供能力，金钥匙文化就是典型，满意加惊喜，完成不可能完成的任务。

4.网络营销

互联网给酒店营销带来了什么？它是一个很好的信息平台。在信息量丰富、实时沟通、市场呈加速度变化的资讯时代，酒店再也不能以昨天的方式来思考或解决今天的问题，不能以过去传统的手法来操作今天的事业。互联网加快了人与人之间的沟通与了解，信息变得空前重要，谁先一步掌握信息，谁就领先于市场。酒店通过互联网宣传企业形象，比以往的宣传方式更快捷、更清晰、更全面、更互动，使无形服务有形化。酒店可以利用多媒体技术，把酒店整体的设施设备、内部环境装饰、各种特色服务等在互联网上动态地表现出来。客人可以更快、更便捷地了解酒店，他们足不出户便可以在自己的家里或办公室里得到视觉上的形象化的享受，获得身临其境的感觉。酒店可以更细致、更周到地在第一时间反馈客人所需要的信息，双方达成互动。但酒店在宣传的同时，要做到“诚实”。酒店在网上的图片、宣传资料也要与客人在酒店亲眼看到的一致，甚至超出他们的期望。酒店在互联网上公布的价格要与在其它各个途径的报价保持一致，让客人对酒店产生信任感。

它为酒店增加了一种富有竞争力的营销手段。酒店的网站，是酒店在互联网上的一个窗口，类似于传统名片的作用，但又是一个比传统的杂志、电视、报纸和其它广告形式更有成本效益的广告方式。酒店集团的网站，可以让客人在网站上看到集团不同地区各个酒店的情况，了解 每个酒店的客房及价格信息，进行网上预订，为集团提供的“一站式服务”而感到满意，集团各酒店更是可以达到网上资源共享。互联网营销对单体酒店的帮助更大。在没有互联网之前，连锁酒店有分布在全球各地的销售网络，有其独立的订房系统，在客源上有一定范围的垄断优势。此时，单体酒店缺乏竞争力，但有了互联网，单体酒店可以通过跟各订房网合作，同样实现资源共享，利益共享。另外，单体酒店能在面对市场变化时表现得更灵活，能根据市场的变化快速调整应对策略。相对连锁酒店虽然有整体的营销模式和策略，能形成轰动效应，但它不可能适合所有的市场，往往容易患“水土不服综合症”。

它让酒店看到很多新的机会。互联网的到来，给酒店带来了很多便利。它效率更高、成本更低、信息更准确、沟通变得更互动。互联网有利于酒店拓展潜在客户市场，使全球营销成为可能。互联网打破了时间和空间的限制，覆盖了整个世界。酒店通过互联网可以将自己的信息迅速传送到世界各地。世界各地的客户也可以通过网上浏览，马上获得酒店的所有信息，甚至立即完成网上购买。互联网营销扩大了酒店的市场范围，大大提高了酒店的营销能力.

四.小结

通过这次为期一个月的短期驻地实习和走访实习,使我比较全面地直观地了解了企业的生产经营过程,认识到管理实践的重要性.为今后的理论学习进一步打下坚实础.同时,在实习的过程中,也结识了很多同事和朋友.